

PERAN KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN DALAM MENJAGA LOYALITAS KARYAWAN PADA TITILES DENPASAR

**Gusti Ayu Putu Yayang Murgawantari, Ni Luh Ramaswati Purnawan, I Gusti Agung Alit
Suryawati**

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Udayana

yayangmurgawantari@yahoo.com, ramaswati.purnawan@gmail.com,
igaaalitsuryawati@yahoo.co.id

ABSTRAK

The title of this research is “the role of leadership communication in maintaining the loyalty of the employees of Titiles in Denpasar, Bali. The aim of this research is to describe the role of leadership communication that has been done by the leader of Titiles, which has increased the loyalty of employees. This research applies descriptive qualitative method. The technique to gather the data in this research is depth interviews, observations and documentary studies. The technique to gather the 4 informants is purposive sampling. Great leadership communication skills that have been applied in Titiles also impacted the encouragement of employee’s loyalty. Through the applications of Barrett’s leadership communication (strategic objective, process, messages and communication staff) and Maslow hierarchy of needs theory principles (physiologies, secured, social, reward and self-conception) have also affected the loyalty of the employees.

Keywords : Communication, Employee, Leadership, Loyalty, Titiles.

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Daya saing yang sangat kuat dalam dunia bisnis, menuntut setiap pelaku organisasi untuk terus meningkatkan dan berhasil dalam mencapai tujuannya. Sumber daya manusia menjadi hal yang sangat krusial, di mana selayaknya kebutuhan karyawan diperhitungkan agar karyawan memiliki tanggung jawab dan peranan yang baik serta memiliki loyalitas yang tinggi terhadap perusahaan (Mulyadi,2015:5).

Loyalitas karyawan menjadi hal yang penting di perusahaan karena loyalitas merupakan sikap setia terhadap perusahaan meskipun perusahaan dalam keadaan untung atau rugi.

Keberhasilan suatu perusahaan tergantung dari faktor kepemimpinan dan loyalitas dan kinerja pada karyawannya. Salah satu perusahaan yang menarik untuk diteliti adalah Titiles yang berpusat di Denpasar, Bali yaitu merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan

daging produk yang dihasilkan seperti sosis, dendeng, abon, ham.

Yang menarik perhatian penulis adalah karyawan Titiles berjumlah 70 orang yang rata-rata bekerja selama kurang lebih 20 tahun dan sebagian besar karyawannya bekerja dari awal memulai karir hingga masa pensiun. Hal tersebut membuat penelitian ini menarik untuk mengkaji bagaimana peran komunikasi pimpinan Titiles sehingga membuat pegawai nyaman dan betah bekerja di perusahaan tersebut dalam jangka waktu yang lama.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimanakah peran komunikasi kepemimpinan dalam menjaga loyalitas karyawan pada Titiles Denpasar?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui Peran komunikasi kepemimpinan Titiles dalam menjaga loyalitas karyawan, dalam hal ini komunikasi antara pimpinan ke bawahan dan sebaliknya.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peran komunikasi kepemimpinan dalam menjaga loyalitas karyawan pada Titiles Denpasar.

1.5Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Dalam aspek teoritis, penelitian ini diharapkan mampu menambah kajian pengembangan ilmu komunikasi, khususnya penerapan komunikasi kepemimpinan dalam menjaga loyalitas karyawan.

1.5.2 Manfaat Praktis

Bagi perusahaan Titiles Denpasar penulis diharapkan dapat membantu pimpinan perusahaan dalam menerapkan komunikasi kepemimpinan yang tepat untuk dapat menjaga loyalitas karyawan.

1.6 Sistematika Penulisan

Pendahuluan, kajian pustaka, metodologi penelitian, pembahasan, penutup.

2. KAJIAN PUSTAKA

Beberapa penelitian serupa terdahulu yang peneliti temukan untuk menunjang penelitian beberapa di antaranya adalah sebagai berikut:

Penelitian pertama dilakukan oleh Nur Azmi (2015), dengan mengambil judul penelitian "Pola Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Loyalitas Kerja Karyawan BP (Brand Presenter) di PT. Budiman Subrata Niaga Pekanbaru". Penelitian kedua dilakukan oleh Muhamad Tibyan (2015) dengan judul "Peran Komunikasi Organisasi terhadap Loyalitas Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perusahaan Otobus Blue Star Salatiga).

2.1 Kerangka Konseptual

2.1.1 Pengertian Peran

Menurut Merton (dalam Raho 2007:67) peranan memiliki penjelasan sebagai kedudukan dari suatu status tertentu diperoleh oleh masyarakat melalui pola tingkah laku masyarakat.

Selanjutnya Menurut Dougherty & Pritchard tahun 1985 (dalam Bauer 2003: 55) teori ini membentuk kerangka konseptualisasi dalam studi perilaku organisasi.

2.1.2 Komunikasi kepemimpinan (leadership communication)

2.2.2.1 Pengertian komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari bahasa latin "*communicatio*" yang memiliki arti pemberitahuan atau pertukaran pikiran.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan baik berupa ide atau gagasan dari satu pihak kepada pihak lainnyadengan maksud untuk saling mempengaruhi (Sutikno, 2014:118).

2.2.2.2 Pengertian kepemimpinan

Kepemimpinan adalah seseorang yang mempunyaikecakapan dan kelebihan dalam suatu bidang tertentu dan mampu mempengaruhi dan menggerakkan bawahan dengan baik.

2.2.2.3 Sifat – Sifat Kepemimpinan

Edwin Ghiselli mengungkapkan teori tentang sifat kepemimpinan (Handoko, 1995: 297). Edwin Ghiselli menjelaskan terdapat 6 sifat kepemimpinan, yaitu: (1) sebagai pelaksana atau pengawas fungsi-fungsi dasar manajemen; (2) prestasi dalam pekerjaan; (3) Kecerdasan; (4) Kepercayaan diri;(5) Ketegasan; (6) Inisiatif.

2.2.2.4 Fungsi kepemimpinan

Menurut Siagian (2011:167) Terdapat lima fungsi kepemimpinan, yaitu: (a) Fungsi penentu arah; (b) juru bicara; (c) komunikator; (d) mediator; (e) integrator.

2.2.2.5 Tujuan Kepemimpinan

Menurut Barrett (2006:269), terdapat lima tujuan dari komunikasi kepemimpinan, yaitu: (1) Untuk mengedukasi atau mendidik karyawan tentang visi, misi dan strategi perusahaan; (2) Memotivasi karyawan guna mendukung segala strategi perusahaan; (3) Mendorong karyawan untuk menampilkan usaha yang lebih tinggi dengan berusaha senyamannya; (4) Membatasi kesalahpahaman dan isu negatif yang dapat

mempengaruhi produktivitas; (5) Meluruskan karyawan dibelakang performa perusahaan yang objektif dan memposisikan mereka agar dapat meraih yang terbaik.

2.2.2.6 Gaya Kepemimpinan

Menurut situasi, terdapat 5 tipe kepemimpinan (Siagian,2011), yaitu: (1) Tipe otokratik;(2) Tipe militeristik; (3) Tipe paternalistic; (4) Tipe kharismatik; (5) Tipe demokratik.

2.2.2.7 Prinsip komunikasi kepemimpinan yang efektif

Di dalam sebuah organisasi, terdapat tujuh prinsip yang digunakan untuk mengukur tingkat efisiensi komunikasi antara pimpinan dan karyawan dalam suatu perusahaan, menurut Barrett (2006:270), yaitu:(a) **Strategic Objectives**. Perencanaan strategi komunikasi yang sudah berbanding lurus dengan pencapaian perusahaan; (b) **Processes**. Proses komunikasi yang terintegrasi masuk kedalam perencanaan program yang dilakukan setiap tahun; (c) **Management**. Manajemen yang menerima tanggung jawab utama dalam bidang strategi komunikasi; (d) **Messages**.Pesan yang telah ditetapkan, bersifat konsisten, dan berstrategi; (e) **Media/ Forums**.Menggunakan berbagai *channel* atau saluran yang berhubungan tepat terhadap budaya dan pesan yang ada; (f) **Communication Staff**. Menempatkan strategi komunikasi yang tepat di area fungsional perusahaan; (g) **Communication Assessment**.Frekuensinya dapat diukur secara berkala dan termasuk pada penerapan hasil penilaian akhir atau evaluasi.

2.2.3 Teori hierarki kebutuhan Maslow

Teori Abraham Maslow memuat mengenai motivasi dari teori hierarki kebutuhan. Maslow menyatakan bahwa terdapat 5 jenis kebutuhan di dalam setiap kehidupan: (1) **Fisiologis**, seperti, seks dan kebutuhan fisik, kelaparan, tempat perlindungan, kehausan, lainnya; (2) **Rasa aman**, emosional, keamanan dan perlindungan dari bahaya fisik; (3) **Sosial**, kasih sayang, kenyamanan, rasa memiliki, persahabatan dan penerimaan (4) **Penghargaan**, meliputi faktor-faktor internal seperti kemandirian, rasa harga diri, dan pencapaian, serta faktor-faktor eksternal seperti pengakuan, perhatian dan status; (5) **Aktualisasi diri**, berupa kemauan seseorang untuk menjadi apa, meliputi pertumbuhan, pencapaian potensi dan pemenuhan kemauan diri (Robbins & Judge, 2015:128)

2.2.4 Pengertian loyalitas karyawan

Loyalitas sangat berpengaruh terhadap kinerja karyawan dalam perusahaan (Safitri, 2015).

Menurut Utomo dalam (Safitri, 2015) kesetiaan seseorang bukan hanya sekedar pada fisik semata, namun juga kepada kesetiaan non fisik, seperti pikiran dan perhatian. Loyalitas yang karyawan berikan dalam suatu perusahaan bersifat mutlak untuk pencapaian perusahaan. Menurut Reichheld dalam (Tibyan, 2015:14), semakin baik loyalitas yang karyawan berikan terhadap perusahaan, maka semakin baik mudah pula bagi perusahaan untuk mencapai tujuannya.

Aspek-aspek loyalitas kerja yang terdapat pada individu dikemukakan oleh Siswanto dalam (Safitri, 2015) antara lain: Taat pada peraturan, kemauan untuk

bekerjasama, rasa memiliki, kesukaan terhadap pekerjaan.

Steers dan Porter dalam (Safitri, 2015) menjelaskan aspek loyalitas terhadap perusahaan, antarlain: (a) kemauan yang besar untuk menjadi anggota perusahaan; (b) kemauan yang tinggi untuk berusaha seoptimal mungkin untuk perusahaan; (c) Penerimaan dan kepercayaan yang pasti berdasarkan nilai-nilai perusahaan.

Pambudi dalam (Safitri, 2015) juga memaparkan terdapat lima faktor penting yang menjadi tolak ukur loyalitas karyawan, yaitu: (a) karyawan dialokasikan pada perusahaan tertentu; (b) Karyawan dapat memahami seluk beluk perusahaan hingga para pelanggannya; (c) karyawan turut andil dalam menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan pelanggannya; (d) karyawan dikatakan sebagai aset yang tak berwujud yang tidak dapat dibandingkan dengan para pesaing lainnya.

Sedangkan menurut Steers dan Porter (Safitri, 2015) menjelaskan bahwa loyalitas kerja dipengaruhi oleh beberapa faktor-faktor: (a) Karakteristik pribadi, prestasi yang dimiliki ras jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan lama masa kerja, dan sifat kepribadian; (b) Karakteristik pekerjaan, umpan balik tugas kerja, stres kerja, interaksi sosial, identifikasi tugas, dan kecocokan tugas; (c) Karakteristik, yang dipandang sebagai sentralisasi, tingkat keikutsertaan dalam pengambilan keputusan, tingkat asosiasi dan tanggungjawab perusahaan, desain perusahaan tingkat formalitas, ketergantungan fungsional maupun fungsi kontrol perusahaan; (d) Pengalaman selama bekerja di perusahaan, yaitu internalisasi karyawan terhadap perusahaan

meliputi sikap baik terhadap perusahaan, rasa aman yang timbul karena rasa percaya

3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini data yang digunakan bersifat kualitatif. Riset kualitatif memiliki tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data yang sedalam-dalamnya pula (Krisyantono, 2006).

Jenis penelitian yang digunakan adalah desain deskriptif kualitatif. Paradigma post-positivisme digunakan dalam penelitian ini karena paradigma ini digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang bersifat alamiah, dimana peneliti berkedudukan sebagai instrumen kunci. (Sugiyono, 2014:9).

3.2 Sumber Data

1. Data primer diperoleh dengan cara observasi dan wawancara.
2. Data sekunder dikumpulkan melalui arsip perusahaan dari sumber-sumber yang telah diarsipkan, seperti: buku, artikel yang berkaitan dengan komunikasi kepemimpinan, komunikasi internal, komunikasi antar pribadi, struktur arsip perusahaan (dokumentasi), struktur organisasi, jumlah karyawan, dan lain-lain.

3.3 Unit Analisis

Untuk melengkapi data dalam penelitian ini, maka telah ditentukan unit analisis dalam penelitian ini adalah Titiles Denpasar.

3.4 Teknik Penentuan Informan

Penelitian ini menggunakan teknik sampling purposif yaitu teknik penentuan informan dengan mengambil

terhadap perusahaan, merasakan adanya kepuasan pribadi selama bekerja. Informan yang telah diketahui mempunyai pengetahuan, pengalaman dan memahami masalah yang ada kaitannya dengan penelitian yang dilakukan (Sugiyono, 2014:78)

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi teknik yaitu sumber data yang diperoleh bentuknya sama namun menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda-beda (Sugiyono, 2014:241).

3.5.1 Wawancara

Adapun dari karyawan dipilih 3 kandidat yang memiliki pengalaman kerja paling lama pada Titiles Denpasar dan 1 orang pimpinan Titiles Denpasar.

3.5.2 Observasi

Pengumpulan data dalam teknik ini adalah dengan terjun dan melihat langsung kegiatan komunikasi antara perusahaan dan karyawan pada Titiles selama beberapa bulan dari bulan September tahun 2015 sampai waktu yang belum ditentukan.

3.5.3 Studi Dokumentasi

Teknik pengumpulan data ini mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, majalah-majalah, jurnal-jurnal dan media lainnya yang memiliki relevansi dengan masalah dalam penelitian ini serta digunakan sebagai landasan teori yang sifatnya menunjang laporan ini. (Sugiyono, 2014:240).

3.6 Teknik Analisis Data

Terdapat tiga teknik analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (dalam Sugiyono, 2014:246) yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. (1) Reduksi Data melibatkan beberapa tahapan,

tahap pertama yaitu pengelompokan, dan meringkas data. Tahap kedua menyusun kode; (2) Penyajian data, bentuk penyajian berupa teks naratif, jaringan dan baganmatriks, grafik; (3) kesimpulan

3.7 Teknik Penyajian Data

Data penelitian kualitatif lazimnya disajikan dalam bentuk deskriptif atau naratif bukan dalam bentuk tabel-tabel data (Tohirin, 2012:85).

3.8 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki keterbatasan, yaitu ruang lingkup penelitian komunikasi pimpinan yang hanya dilakukan di satu perusahaan saja. Selain itu, penelitian ini melibatkan komunikasi antara pimpinan dan karyawan serta sebaliknya pada Titiles Denpasar.

4. PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian

4.1.1 Titiles Denpasar

Titiles Denpasar merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pengolahan daging. Selain pusatnya di Bali, produknya telah dipasarkan ke daerah Surabaya, Jakarta, dan Timika. Titiles adalah perusahaan keluarga yang telah berdiri sejak tahun 1950, didirikan oleh Alm. Selamat Santoso yang merupakan pria keturunan Cina-Malang bersama istrinya. Yang menarik dari perusahaan ini adalah seluruh karyawan tersebut rata-rata bekerja selama kurang lebih 20 tahun dan sebagian besar karyawannya bekerja dari awal memulai karir hingga masa pensiun. Dapat dilihat dari data *turnover* karyawan dalam lima tahun terakhir hanya ditemukan dua karyawan yang keluar dari

perusahaan karena alasan sudah masa pensiun.

4.2 Temuan Penelitian

Pada bab ini peneliti menyajikan tentang hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara sebanyak tiga kali kepada 4 orang informan yang terdiri dari 3 orang karyawan dan 1 orang pimpinan dengan berpedoman kepada daftar pertanyaan yang telah disusun sebelumnya. Selain itu, juga melakukan observasi selama tujuh bulan mulai bulan Maret hingga Oktober 2016.

4.2.1 Komunikasi Kepemimpinan

Perusahaan Titiles Denpasar saat ini dipimpin oleh tiga orang, namun pimpinan yang selalu berada di kantor adalah Bapak Afat Koeshardi atau yang akrab dipanggil Koh Afat.

Titiles Denpasar mampu berdiri selama kurang lebih enam puluh tahun tidak lepas dari peran para karyawannya yang telah bekerja dari awal berdiri perusahaan hingga sekarang, ada seorang karyawan yang bekerja dari awal berdirinya perusahaan yaitu bernama Ko Ayin namun saat ini beliau telah almarhum.

“Ko Ayin adalah orang yang paling lama pernah bekerja disini, beliau sudah bekerja lama sekali di sini, dari awal titiles terbentuk sampe sudah terkenal, beliau sudah dianggap seperti keluarga sendiri oleh pimpinan kami, beliau juga sudah dikasi tempat tinggal untuk keluarganya karena pengabdiannya selama 40 tahun hingga beliau sakit-sakitan beliau masih sering datang ke titiles, hingga akhirnya beliau meninggal tahun 2014 karna penyakitnya itu” (wawancara 6 Agustus 2016).

Dari hasil observasi terlihat di dalam organisasi Titiles, komunikasi yang sering dilakukan dalam percakapan sehari-hari menggunakan bahasa informal seperti

bahasa sehari-hari bukan bahasa baku. Selain bahasa *informal*, bahasa *formal* juga digunakan oleh pimpinan ketika rapat evaluasi untuk menyampaikan informasi atau intruksi di dalam sebuah rapat atau pertemuan.

Dalam berkomunikasi dengan karyawannya, pimpinan Titiles menyatakan lebih sering berkomunikasi dengan cara **face to face** dibanding dengan menggunakan media komunikasi seperti **telephone**. Komunikasi lewat media digunakan apabila pimpinan sedang tidak berada di kantor.

Dalam melakukan komunikasi dengan pimpinan, mudah dilakukan dikarenakan tidak ada jarak antara karyawan dan pimpinan. Dilihat dari hasil observasi yang dilakukan di Titiles apabila karyawan ingin berkomunikasi dengan pimpinan, karyawan dapat langsung menemui pimpinannya. Tidak perlu melewati perantara seperti sekretaris pimpinan, karena sekretaris pimpinan bertugas untuk mengurus segala sesuatu urusan pimpinan baik yang bersifat internal atau yang berhubungan dengan pihak eksternal seperti instansi pemerintah, bukan sebagai perantara untuk melakukan komunikasi antara pimpinan dengan karyawannya.

Pernyataan dari pimpinan di atas dibenarkan oleh Yusmayanti, namun Yusmayanti mengakui **miscommunication** antara pimpinan dan karyawan terkadang masih terjadi dikarenakan, ketika pimpinan memberikan intruksi kepada karyawan yang tergolong baru, intruksi tersebut kemudian tidak di evaluasi kembali oleh pimpinan dan hal tersebut yang akan menjadi masalah di kemudian hari ketika intruksi yang

disampaikan oleh pimpinan tidak berjalan sesuai dengan yang diperintahkan.

Selain itu, perusahaan Titiles tidaklah luput dari adanya kesalah pahaman atau konflik. Konflik yang terjadi antar karyawan seperti perbedaan pendapat sering terjadi namun hal ini tidak membuat adanya jarak antar karyawan, karena peran pimpinan yang selalu sensitif terhadap adanya permasalahan yang terjadi dilingkungan perusahaan.

Namun setiap permasalahan dan konflik yang terjadi tersebut dapat diatasi dengan komunikasi yang efektif yang terjalin antara pimpinan dan karyawan.

Seperti dalam hal mengambil keputusan perusahaan pimpinan menyatakan akan selalu melibatkan karyawannya, hal ini dikarenakan menurut Koh Afat perusahaan bukanlah miliknya pribadi namun juga milik seluruh karyawan yang bekerja di sini apabila ada suatu keputusan mengenai perusahaan yang harus diambil maka perlu melibatkan anggota perusahaan yang lain.

Selain dalam kegiatan operasional di perusahaan, pimpinan juga menjalin hubungan dengan karyawannya melalui kegiatan diluar perusahaan, seperti acara **gathering** dan pada saat acara ulang tahun pimpinan di mana karyawan akan diundang dalam acara tersebut. Ketika perayaan ulang tahun pimpinan yang diadakan di rumah pimpinan, seluruh karyawan akan beramai-ramai datang ke acara tersebut. Dari kegiatan tersebut dapat dilihat kekompakan antara pimpinan dan karyawan Titiles Denpasar

4.2.2 Loyalitas Karyawan

Dari hasil observasi yang ditemukan di dalam perusahaan Titiles, Pimpinan Titiles merupakan sosok yang peduli terhadap

tunjangan dan fasilitas kerja yang didapatkan oleh karyawannya. Hal ini terlihat dari adanya karyawan yang khusus bekerja di dapur yang bertugas untuk menyiapkan makanan untuk seluruh karyawan Titiles. Untuk tunjangan karyawan, pimpinan memberikan tunjangan kesehatan berupa BPJS dan tunjangan hari raya untuk seluruh karyawannya.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan sekaligus pemilik perusahaan yaitu Bapak Koeshardi, Bapak Koeshardi mengungkapkan bahwa sebagai pemimpin yang baik, pemimpin harus dapat membuat pegawainya merasa nyaman bekerja dibawah pimpinannya karena apabila karyawan sudah merasa nyaman loyalitas itu akan datang sendiri dari diri individu masing-masing.

Karyawan di Titiles juga mengungkapkan senang dengan adanya insentif ketika mereka lembur karena hal tersebut membuat mereka lebih semangat untuk bekerja dan merasa kerja kerasnya di hargai dengan adanya insentif tersebut.

4.3 Analisa Masalah dan Pembahasan

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep tujuh prinsip kepemimpinan menurut Barrett untuk menganalisa proses komunikasi antara pimpinan perusahaan Titiles dengan karyawan dan Teori Hirarki Kebutuhan Maslow sebagai pisau analisa dan alat ukur loyalitas karyawan terhadap perusahaan Titiles.

4.3.1 Analisa Komunikasi Kepemimpinan

A. Prinsip Strategic Objective

Berdasarkan prinsip kepemimpinan *strategic objective* yang dinyatakan oleh Barrett (2006), Komunikasi kepemimpinan juga dapat diukur melalui strategi komunikasi

pimpinan perusahaan yang telah dianggap sesuai dengan tujuan perusahaan. Dalam penelitian ini, pemimpin perusahaan Titiles sudah melakukan strategi komunikasi berdasarkan konsep *strategic objective*, yaitu dalam bentuk rapat evaluasi antara pimpinan perusahaan dengan karyawan di perusahaan tersebut.

Sesuai dengan hasil observasi yang sudah dilakukan, diketahui bahwa komunikasi antara pimpinan dan karyawan bersifat dua arah sesuai dengan *dialogue strategy* yaitu dimana komunikasi terjadi dua arah antara pimpinan dengan karyawan, pimpinan perusahaan melakukan dialog langsung kepada karyawan tidak hanya membujuk, tetapi juga mendengarkan, mempelajari, dan memahami sebagai proses komunikasi. Dengan komunikasi dialog yang dilakukan pimpinan merasa lebih dekat secara emosional dengan karyawannya dan dapat lebih mengenal karyawannya secara pribadi.

B. Prinsip Processes

Dilihat dari prinsip *processes*, keberhasilan komunikasi kepemimpinan dalam perusahaan dapat dilihat dari proses komunikasi yang berlangsung di perusahaan tersebut. Pada perusahaan Titiles, pimpinan perusahaan sudah menerapkan konsep proses dalam komunikasi kepemimpinan terhadap karyawannya. Dari hasil observasi dan wawancara yang sudah dilakukan, perusahaan tersebut sangat pasif dalam menggunakan media baik cetak maupun elektronik dalam proses komunikasi antara pimpinan dengan karyawan.

Pimpinan perusahaan lebih mengutamakan proses komunikasi secara langsung atau *face to face*, di mana proses

komunikasi ini yang dianggap paling tepat oleh pimpinan perusahaan karena dapat meningkatkan hubungan emosional antara karyawan dengan pimpinannya. Melalui proses komunikasi tatap muka ini, pesan atau informasi dari pimpinan perusahaan terhadap karyawan di perusahaan Titiles tersebut bersifat spontan dan simultan, baik pesan yang bersifat verbal maupun non-verbal

C. Prinsip Management

Berdasarkan prinsip **Management**, Baret menyatakan bahwa strategi komunikasi kepemimpinan tertumpu pada manajemen pada perusahaan tersebut, di mana manajemen memiliki tanggung jawab utama dalam bidang komunikasi. Dari hasil observasi diketahui bahwa proses komunikasi kepemimpinan di perusahaan Titiles tidak tertumpu pada tanggung jawab manajemen, namun semua menjadi tanggung jawab pimpinan perusahaan secara menyeluruh.

Berdasarkan hasil analisa manajemen komunikasi kepemimpinan perusahaan Titiles maka dapat dikatakan menurut bahwa gaya kepemimpinan (Siagian, 2011) perusahaan tersebut bersifat Demokratis. Unsur kepemimpinan demokratis pada perusahaan tersebut seperti; keterbukaan pimpinan perusahaan terhadap masukan, kritik maupun saran pada saat melakukan rapat kinerja bersama karyawan.

Apabila dianalisa lebih dalam, perusahaan Titiles ini juga sudah menerapkan konsep Siagian berdasarkan fungsi kepemimpinan. Fungsi yang pertama adalah mengenai peran pemimpin perusahaan sebagai *penentu arah* perusahaan. Fungsi kedua yang ditunjukkan oleh perusahaan tersebut adalah sebagai *juru bicara*. Fungsi

kepemimpinan selanjutnya yang ditunjukkan oleh pimpinan ini adalah fungsi *komunikator*. Fungsi berikutnya adalah sebagai *mediator*. Fungsi pemimpin yang terakhir yaitu sebagai *integrator*.

D. Prinsip Messages

Dilihat dari prinsip **Messages**, yaitu mengenai konsep pesan atau informasi yang dikirimkan oleh pimpinan terhadap bawahannya. Dalam penelitian ini, perusahaan pimpinan Titiles juga telah menerapkan konseptualisasi penyampaian pesan secara langsung terhadap para karyawan di perusahaan pengolahan daging tersebut.

E. Prinsip Media/Forum

Dilihat berdasarkan konsep **Media/Forum** dalam komunikasi kepemimpinan, Baret menyatakan bahwa media merupakan salah satu faktor penting dalam strategi komunikasi kepemimpinan.

Jadi, dapat dikatakan bahwa penggunaan media dalam proses komunikasi di perusahaan Titiles masih sangat rendah intensitasnya. Meskipun terkadang media komunikasi tersebut digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi dari atasan terhadap bawahannya, namun pimpinan perusahaan ini cenderung menggunakan konsep komunikasi antar pribadi terhadap karyawannya.

D. Prinsip Communication Staff

Berdasarkan prinsip **communication staff**, Baret menyatakan bahwa prinsip komunikasi kepemimpinan juga ditentukan oleh keberhasilan *communication staff*. Pada penelitian ini, perusahaan Titiles tidak memiliki staff khusus *communication officer* yang mengatur tata kelola informasi atau

pesan dari atasan terhadap karyawan di perusahaan tersebut, tetapi dikelola langsung oleh owner sendiri dan dibantu supervisor atau kepala masing-masing divisi.

Jadi, strategi komunikasi *communication staff* yang bersifat internal pada perusahaan Titiles diimplementasikan langsung terhadap kepala-kepala divisi perusahaan yang bertugas sebagai penyambung atau penyampai ulang pesan pimpinan kepada semua karyawan di perusahaan tersebut. Sedangkan strategi komunikasi *communication staff* yang bersifat eksternal akan dilaksanakan oleh sekretaris yang bertanggung jawab penuh terhadap pimpinan perusahaan.

E. Prinsip Communication Assesment

Dilihat berdasarkan prinsip **communication assesment**, di mana Baret menyatakan bahwa proses komunikasi yang berlangsung di perusahaan dapat diukur dengan skala atau frekuensi penerapan hasil evaluasi pesan atau informasi yang dikirimkan oleh pimpinan perusahaan terhadap karyawannya. Pimpinan perusahaan Titiles sudah mempercayai dan bertanggung jawab penuh atas pesan yang disampaikan akan dilaksanakan dengan baik oleh karyawannya. Jadi kelemahan dari kepemimpinan perusahaan Titiles ini dapat ditemukan pada rendahnya skala evaluasi atau audit komunikasi yang cenderung dapat meningkatkan resiko *miscommunication* dalam perusahaan.

4.2.2 Analisa loyalitas karyawan Titiles berdasarkan Teori Hierarki Kebutuhan Maslow

Selain komunikasi yang efektif antara pimpinan dan bawahan, salah satu faktor lain yang menyebabkan karyawan Titiles memiliki loyalitas tinggi yaitu berdasarkan teori hierarki kebutuhan Maslow, apabila pimpinan telah memenuhi tingkat kebutuhan hierarki karyawannya, maka loyalitas karyawannya terhadap perusahaan akan terjaga.

Jadi, dengan terpenuhinya kebutuhan karyawan dan penerapan prinsip-prinsip komunikasi kepemimpinan yang cukup baik, maka loyalitas karyawan di perusahaan tersebut menjadi semakin kuat.

A. Kebutuhan fisiologis

Berdasarkan komponen kebutuhan *fisiologis* Maslow menyebutkan bahwa kebutuhan manusia meliputi tempat perlindungan, kelaparan, seks, kehausan, dan kebutuhan fisik lainnya. Perusahaan tersebut memberikan fasilitas kebutuhan makan dan minum sebanyak dua kali dalam sehari kepada karyawannya. Sehingga, kepuasan karyawan bekerja di perusahaan tersebut menjadi meningkat karena adanya faktor kepuasan fisiologis yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, beberapa karyawan yang sudah bekerja cukup lama di perusahaan ini juga mendapatkan fasilitas perlindungan (rumah) dari perusahaan dan untuk seluruh karyawan diberikan fasilitas tempat tinggal berupa *mess*.

B. Kebutuhan rasa aman

Berdasarkan komponen kebutuhan rasa aman Maslow mengatakan bahwa keberhasilan seorang pemimpin perusahaan juga ditentukan atas pemenuhan kebutuhan atas rasa aman dan perlindungan dari bahaya fisik maupun emosional kepada karyawannya. Hal tersebut terwujud dengan perlindungan

emosional seperti; pembagian uang bonus, uang tunjangan hari raya, uang *angpao*, uang tunjangan akhir tahun, dan lain sebagainya yang diberikan oleh pimpinan perusahaan Titiles secara adil dan merata terhadap seluruh karyawan.

Perlindungan secara fisik juga dipenuhi oleh perusahaan tersebut, di mana karyawan juga ditanggung kesehatannya dalam bekerja dengan adanya tanggungan kesehatan (BPJS).

C. Kebutuhan sosial

Pemenuhan kebutuhan sosial yang dimaksud yaitu mengenai kebutuhan akan kasih sayang, kenyamanan, rasa memiliki, persahabatan, penerimaan yang sudah dirasakan oleh karyawan di perusahaan tersebut. Hal tersebut dibuktikan dengan rendahnya intensitas perasaan iri terhadap rekan kerja karena pimpinan yang memperlakukan seluruh karyawan sama antara satu dengan yang lain tanpa membedakan status atau jabatan.

Pola komunikasi kekeluargaan juga diterapkan oleh pimpinan perusahaan ini. Pola komunikasi kekeluargaan ini juga menjadi tolak ukur pemenuhan kebutuhan sosial berdasarkan pendekatan teori Maslow. Jadi dapat dikatakan bahwa kebutuhan karyawan akan pemenuhan hak sosial di perusahaan menurut Maslow ini sudah tercapai dengan baik, sehingga karyawan menjadi lebih loyal untuk bekerja kepada perusahaan.

D. Kebutuhan atas penghargaan

Kebutuhan atas penghargaan berdasarkan teori Maslow juga merupakan salah satu faktor yang krusial dalam suksesnya perusahaan mencapai capaian yang diinginkan serta untuk meningkatkan

loyalitas karyawan terhadap perusahaan. Penghargaan tersebut dibagi menjadi dua yaitu berdasarkan faktor internal misalnya; kemandirian dan pencapaian, rasa harga diri, serta faktor-faktor eksternal misalnya status, pengakuan dan perhatian.

Hal tersebut dibuktikan dengan loyalitas karyawan terhadap perusahaan di mana lama masa kerja karyawan terhitung hingga 20 tahun lebih. Karyawan diberikan ruang untuk mengambil keputusan apabila ada hal yang sangat mendesak dan pimpinan sedang tidak ada di kantor. Sehingga, dari capaian faktor internal tersebut, capaian perusahaan menjadi lebih mudah untuk tercapai.

Pada faktor eksternal, yaitu berupa pengakuan atas status di mana pimpinan perusahaan tidak pernah membedakan antara satu karyawan dengan karyawan lainnya. Sehingga, dapat dikatakan baik secara faktor internal maupun eksternal berdasarkan teori kebutuhan Maslow akan penghargaan, sudah terpenuhi dengan sangat baik oleh perusahaan Titiles tersebut sehingga loyalitas karyawan terhadap perusahaan menjadi semakin kuat.

E. Kebutuhan Aktualisasi Diri

Pada pemenuhan kebutuhan aktualisasi diri, Maslow menyatakan bahwa suksesnya pemenuhan kebutuhan tersebut apabila terdapat dorongan untuk membentuk seseorang untuk menjadi apa, meliputi pertumbuhan dan meningkatkan potensi dan pemenuhan diri. Di perusahaan tersebut, calon karyawan yang ingin bergabung dan bekerja di perusahaan Titiles tersebut akan diberikan pelatihan mendasar mengenai manajerial hingga pelatihan produksi selama

tiga bulan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pemenuhan kebutuhan akan aktualisasi diri pada perusahaan tersebut sudah dipenuhi oleh pimpinan perusahaan, meskipun tidak semua karyawan memperoleh kesempatan untuk merasakan langsung pendidikan dan pelatihan manajerial tersebut.

5. PENUTUP

5.1 Simpulan

Dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Komunikasi yang sering dilakukan antara pimpinan dan karyawan merupakan komunikasi tatap muka, dialogue, formal dan informal, yang dimaksudkan untuk menjalin kedekatan antara pimpinan dengan karyawan. Pemenuhan kebutuhan penerapan prinsip-prinsip kepemimpinan sudah dilakukan dengan baik oleh pimpinan perusahaan. Prinsip-prinsip kepemimpinan yang dimaksud sesuai dengan konsep kepemimpinan Baret, yaitu; (1) *strategic objective*; (2) *process*; (3) *messages*; (4) *communication staff* yang diimplementasikan langsung kepada kepala divisi di perusahaan tersebut.
2. Berdasarkan analisa strategi komunikasi kepemimpinan khususnya pada manajemen komunikasi perusahaan Titiles, pimpinan perusahaan tersebut memiliki gaya kepemimpinan demokratis. Selain itu, pimpinan perusahaan Titiles juga telah menunjukkan implementasi fungsi-fungsi kepemimpinan dengan baik, yaitu; sebagai penentu arah perusahaan, sebagai juru bicara perusahaan, sebagai penghubung dan membangun relasi, sebagai komunikator, sebagai mediator dan sebagai integrator dalam perusahaan.

3. Faktor penentu dari keberhasilan komunikasi kepemimpinan yang telah diterapkan oleh pimpinan perusahaan Titiles yaitu loyalitas karyawan. Loyalitas karyawan ditentukan dengan tercapainya aspek-aspek loyalitas seperti; rasa nyaman untuk bekerja dalam jangka waktu yang cukup lama, terjaminnya tanggungan kesehatan karyawan, rasa kekeluargaan yang sangat kuat hingga pemenuhan fasilitas fisik maupun emosional yang disediakan oleh pimpinan perusahaan Titiles. Tambahannya, penerapan skill komunikasi antar pribadi dan antar kelompok oleh pimpinan perusahaan Titiles juga mendorong peningkatan loyalitas dan kinerja karyawan.

4. Pemenuhan kebutuhan dalam teori Maslow yang dilaksanakan oleh pimpinan perusahaan Titiles sudah tercapai dengan baik. Pemenuhan kebutuhan yang dimaksud adalah (1) **kebutuhan fisiologis**; (2) pemenuhan **kebutuhan rasa aman**; (3) pemenuhan **kebutuhan sosial**; (4) **kebutuhan penghargaan**; (5) **kebutuhan aktualisasi diri**.

5.2 Saran

Beberapa saran dapat disampaikan sebagai berikut:

Saran untuk pimpinan perusahaan Titiles:

1. Memaksimalkan implementasi prinsip-prinsip komunikasi kepemimpinan yang belum tercapai, contohnya penggunaan media komunikasi baik cetak atau elektronik dan melakukan evaluasi komunikasi oleh pimpinan perusahaan setelah melakukan instruksi.

2. Meningkatkan dan mengevaluasi pemenuhan kebutuhan lainnya yang tidak ada dalam teori kebutuhan Maslow, contohnya pemenuhan kebutuhan pendidikan dan pelatihan terhadap seluruh karyawan, tidak hanya kepala divisinya saja.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Barrett, Deborah J., 2006, *Leadership Communication, First Edition*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Barrett, Deborah J., 2008, *Leadership Communication, Second Edition*, New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- Handoko, T. hani. 1995. *Management Personalia dan Sumber Daya Manusia*, BPFE, Yogyakarta.
- Krisyantono, Rachmat, (2006). *Riset Komunikasi: Disertasi Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Littlejohn, 1999, *Theories of Human Communication*, Wadsworth Publishing Company, Belmont, California.
- Mulyadi, 2015, *Manajemen Sumber Daya Manusia(MSDM)*, In Media-Anggota IKAPI, Bogor.
- Moore, Frazier. 2000. *Hubungan Masyarakat, Prinsip, Kasus dan Masalah*. Jilid 2, (terjemahan). Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Robbins & Judge. 2015. *Perilaku Organisasi: Organizational Behavior*. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat
- Siagian, P.S., 2011. *Manajemen Sumber Daya Manusia*, Jakarta: Bumi Aksara.
- Sobry Sutikno, 2014, *Pemimpin dan Kepemimpinan, Tips Praktis untuk Menjadi Pemimpin yang Diidolakan*, Holistica, Lombok.
- Sugiyono, 2014, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta, Bandung.
- Tohirin, 2012, *Metode Penelitian Kualitatif dalam Pendidikan dan Bimbingan Konseling*, Rajawali Pers, Jakar

Jurnal dan Skripsi

- Muhammad Tibyan, (2015), "Peran Komunikasi Organisasi pada Loyalitas Karyawan (Studi Deskriptif Kualitatif pada Perusahaan Otobus Blue Star Salatiga", Skripsi (online) 28 Mei 2016, laman <<http://digilip.uin-suka.ac.id>>
- Nur Azmi, 2015, Pola Komunikasi Pimpinan Dalam Meningkatkan Loyalitas Kerja Karyawan BP (Brand Presenter) di PT. Budiman Subrata Niaga Pekanbaru, JOM FISIP Vol. 2 No. 2 - Oktober 2015, (online) 28 Mei 2016, laman <[http://download.portalgaruda.org / article.php?>](http://download.portalgaruda.org/article.php?>)
- Safitri, Rahmadana (2015), "Pengaruh Kompensasi Terhadap Loyalitas Karyawan PT. Putera Lautan Kumala Lines Samarinda", eJournal Administrasi Bisnis, Universitas Mulawarman (online) 15 April 2016, laman <ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id>